

A woman with long brown hair is wearing a black VR headset. She is looking slightly to the right. The background is a blurred virtual environment with some floating objects. The overall lighting is dim with a blueish tint.

DURACIÓN: 260 h

- 210 horas de clase (2 tardes por semana, de 3,5 horas cada una)
- 50 horas de trabajo fin de máster

COMIENZO: Octubre 2018

MÁSTER PROFESIONAL DE MARKETING EMOCIONAL EN MEDIOS INMERSIVOS Realidad Virtual y Mixta

Dirigido a profesionales y estudiantes de Marketing y Publicidad

**La Realidad Virtual
está transformando
las experiencias
de las marcas**



Presentación

**“Estimular los sentidos del consumidor
para despertar sus emociones”**

Las tecnologías inmersivas, como la **realidad virtual**, la **realidad aumentada**, la **realidad mixta** y la realidad extendida ya están entre nosotros, y poco a poco alcanzarán una penetración en el mercado idéntica a la de los móviles.

Es necesario por lo tanto que existan profesionales cualificados en estos nuevos medios que poseen unas características muy distintas al resto de medios digitales tradicionales.

En efecto, la inmersión y la sensación de “presencia” que generan cambian las reglas del juego en lo referente a la persuasión al consumidor.

El objetivo de este máster es por lo tanto dotar al alumno de los conocimientos necesarios para ser capaz de explotar las novedosas características que estos nuevos medios inmersivos proporcionan para las **campañas de marketing y publicidad**.

Para impartir nuestras clases, también nos valemos de la realidad virtual y mixta.

Curso de
260
horas

METODOLOGÍA

Las tecnologías inmersivas poseen la particularidad de que la única manera de comprenderlas es introducirse físicamente en ellas, probarlas en un entorno con objetivos creativos. Sólo poniéndose unas gafas de Realidad Virtual, Aumentada, Mixta y Extendida se puede entender su potencial.

Por ello se ha diseñado este máster para que su principal elemento diferenciador sea generar al alumno una “**cultura inmersiva**” de la que inicialmente carece, ya que estas realidades aún no están tan presentes en nuestro día a día como el resto de medios de comunicación.

De esa manera, el alumno vivirá durante las clases múltiples experiencias de Realidad Virtual, Aumentada, Mixta y Extendida, en primera persona, lo que le permitirá asimilar mejor las explicaciones teóricas expuestas en cada sesión. Para ello el centro cuenta con la tecnología necesaria para tal objetivo a disposición de profesores y alumnos.

Como **trabajo Fin de Máster Profesional**, el alumno aplicará sus conocimientos al diseño de una experiencia inmersiva, lo más parecido a un **encargo real**, supervisada por los profesores.



Cada alumno dispondrá para el curso de unas gafas de Realidad Virtual de gama alta Oculus Rift.



Generar experiencias únicas y memorables para el consumidor

Experiencias que sumergen en la marca

Las empresas que tienen éxito con la Realidad Virtual tienen estas 2 características en común:

1.- Identifican narrativas o historias que pueden contar con la herramienta de realidad aumentada.

2.- Ponen el 100% de sus recursos en crear estas historias que resuenen a su audiencia objetivo.

La realidad virtual resuelve una gran problemática, y es el poder enganchar al consumidor y hacer que recuerde la experiencia vivida.

Inmersivo - Los usuarios que utilizan los dispositivos VR se sumergen completamente en el contenido, lo que significa que no haya distractores y más atención al mensaje.

Impactante - La intensidad de la experiencia de realidad virtual es mayor que con los medios tradicionales, genera grandes emociones en los usuarios y está vinculado a cambios verdaderos en el comportamiento quienes lo utilizan.

Memorable - Nuestros cerebros están contruidos para recordar eventos vinculados con experiencias, esto significa que lo vivido con la realidad virtual tiende a quedar por mucho más tiempo en la memoria del consumidor.

Novedad - Ya que es algo relativamente nuevo, en terrenos desconocidos, hacer experiencias nuevas y buenas hará que hablen de ti fácilmente, tanto usuarios como medios de comunicación.



Volvo lanza una campaña con tecnología de realidad virtual para sentir la conducción del SUV XC90.



Dior da acceso a sus clientes al 'backstage' de sus desfiles en París, sin salir de casa.

Aprende a diseñar campañas de marketing emocional y VR 360

Plan de Estudios

MÁSTER PROFESIONAL DE MARKETING EMOCIONAL EN MEDIOS INMERSIVOS

A pesar de que ejecutar cualquier experiencia en Realidad Virtual y Mixta se basa en un importante conocimiento tecnológico (modelado 3D, programación, etc.), este máster no se centra en dotar al alumno de esas habilidades, que son las propias de un desarrollador, sino en conocer todos los recursos con los que cuenta a la hora de diseñar las experiencias, tal y como un productor o director de cine trabaja con su equipo. En consecuencia, el conocimiento tecnológico impartido será el necesario para conocer las posibilidades creativas de cada recurso y poder comunicarse con los técnicos con fluidez.

0. Presentación Máster (1 sesión)

- Explicación temario y metodología
- Configuración Oculus Rift en aula
- Demos VR

1. Introducción a la Publicidad y el Marketing emocional (10 sesiones)

- El universo de las EMOCIONES
- PNL, Programación Neurolingüística y Neurociencia
- La convergencia Digital
- Usos y aplicaciones del Marketing EMOCIONAL
- De la aplicación táctica a la aplicación estratégica y viceversa
- Beneficios de las tecnologías inmersivas como herramienta de Marketing y Venta



2. Técnicas de captura y recreación de la realidad (VR, AR, MR, XR) (13 sesiones)

- Definiciones: VR-AR-MR-XR (1)
- Modelos de gafas. Pros y Cons (1)
- Vídeo 360 (1)
- Introducción a Real Time en Unity (4)
- Introducción al modelado 3D (1)
- Vídeo 360 (1)
- Real Time (1)
- Fotogrametría (1)
- Escaneo (1)
- Video volumétrico y Lightfields (1)

3. Diseño de experiencias para medios inmersivos. (13 sesiones)

- Guión y Narrativa inmersiva (4)
- Interactividad en entorno inmersivo (2)
- Gamificación y serious games (2)
- Sensorización e interfaces usuario (2)
- Sonido (1)
- Publishing: Vivo/Grabada/WebVR (1)
- User Testing y Analytics (1)

4. Práctica 1: Diseño, Rodaje y Montaje de Videos 360. (4 sesiones)

5. Práctica 2: Diseño y prototipado de experiencias en Real Time (Tvorì y Cospaces y LVL5). (11 sesiones)

6. Procesos de trabajo en casos reales. (5 sesiones)

- Trabajo Fin de Máster: Trabajo grupal con cargos y responsabilidades individuales. A presentar a mediados de julio



CEU

*Instituto Superior de
Estudios Profesionales*



inMediaStudio

RESERVA E INFORMACIÓN:

ISEP-CEU • C/Pirineos, 55. Madrid

91 543 57 01, isep1@ceu.es

www.isepceu.es